



Studi Fenomenologi Model Implementasi CSR Berkelanjutan Di Kampung Warna-Warni Jodipan

Erif Nurhuda¹, Satia Nur Maharani², Ridoni Fardeni Harahap^{3*}
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang
*Korespondensi: ridoni.fardeni.fe@um.ac.id

Dikirim: 13 Desember 2021, Direvisi: 20 Januari 2021, Dipublikasikan: 22 Februari 2021

Abstract

Effective implementation of CSR programs is expected to provide long-term benefits and is continuous. The purpose of this research is to formulate a model for implementing a sustainable CSR program. This study uses a descriptive method with a qualitative transcendental phenomenological approach that aims to, obtain in-depth and pure information from the object of research related to the implementation model of sustainable CSR programs. The results of this study show the implementation model of sustainable CSR programs that continuously provide benefits to the community and the company. Building a sustainable CSR program is carried out through the implementation of appropriate programs against targets and targets, directed at community problems. The alignment of the program model given with problems in the community and can touch the root of these problems directly. He considered every triple bottom line element in the program implementation. The sustainability of the CSR program indirectly involves the active participation of the community and the company carries out a series of directed, systematic and planned management activities. Moreover, sustainable CSR programs cannot be separated from interference or support from the government and universities.

Keyword: CSR, Sustainable, Management

Abstrak

Pelaksanaan program CSR yang efektif diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang dan berkelanjutan. Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan model pelaksanaan program CSR yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan fenomenologi transendental kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan murni dari objek penelitian terkait model implementasi program CSR berkelanjutan. Hasil penelitian ini menunjukkan model implementasi program CSR berkelanjutan yang terus menerus memberikan manfaat bagi masyarakat dan perusahaan. Membangun program CSR yang berkelanjutan dilakukan melalui pelaksanaan program yang tepat sasaran dan sasaran, diarahkan pada permasalahan masyarakat. Penyelarasan model program diberikan dengan permasalahan yang ada di masyarakat dan dapat menyentuh akar permasalahan tersebut secara langsung. Ia mempertimbangkan setiap elemen triple bottom line dalam pelaksanaan program. Keberlanjutan program CSR secara tidak langsung melibatkan partisipasi aktif masyarakat dan perusahaan melakukan rangkaian kegiatan pengelolaan yang terarah, sistematis dan terencana. Apalagi, program CSR yang berkelanjutan tidak lepas dari campur tangan atau dukungan pemerintah dan perguruan tinggi.

Kata Kunci: CSR, Berkelanjutan, Manajemen

A. PENDAHULUAN

Pembangunan secara umum dapat diartikan sebagai proses perubahan menuju kearah yang lebih baik. Proses pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan

masyarakat yang sejahtera bukan semata-mata menjadi tanggung jawab pemerintah saja, akan tetapi harus berkerjasama dan memperoleh dukungan dari pihak-pihak yang memiliki kepentingan, serta tujuan yang sama seperti sektor swasta maupun masyarakat itu sendiri.

Sektor swasta (perusahaan) didirikan dengan tujuan untuk mencari keuntungan (*profit*). Berdirinya perusahaan dimungkinkan juga akan memberikan dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, pihak swasta wajib untuk menangani permasalahan-permasalahan yang negatif muncul pada lingkungan sekitarnya, seperti halnya memberi kompensasi atau dana bantuan dan ikut serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan atau masyarakat sebagai rasa bertanggung jawab sekaligus kewajiban atas dampak negatif yang timbul dari didirikannya perusahaan tersebut biasa dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Menurut Carroll (2017) menjelaskan CSR sebagai pertimbangan dan tindakan manajer atau organisasi secara serius atas dampaknya terhadap masyarakat, yang dilakukan sebagai bentuk perlindungan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat bersama dengan kepentingan bisnis.

Kota Malang merupakan salah satu kota yang dikenal dengan potensi wisata alamnya yang menajubkan serta udaranya yang sangat sejuk, dimana tepat wisata menjadi sumber perekonomian dan pertumbuhan pembangunan kota Malang. Objek wisata yang cukup viral dan banyak diperbincangkan baik didunia maya maupun kehidupan nyata, adalah wisata kampung Jodipan atau yang lebih dikenal dengan kampung warna-warni Jodipan. Awal mula terbentuknya kawasan wisata kampung warna-warni Jodipan adalah dari sebuah tugas kuliah lapangan (*praktikum event public relations*) mahasiswa jurusan ilmu komunikasi salah satu perguruan tinggi swasta di Malang yang tergabung dalam sebuah kelompok bernama *Guys-pro* dan bertugas di kampung Jodipan tersebut.

Melihat kondisi lingkungan yang terbilang kumuh dan perilaku buruk masyarakat yang acuh atau kurang peduli terhadap lingkungan dengan membuang sampah sembarangan pada kawasan tersebut, para mahasiswa ini akhirnya berfikiran untuk mengatasi permasalahan pada lingkungan kampung Jodipan.

Berkat ide kreatif dari para mahasiswa tersebut dengan menggandeng program *corporate social responsibility* bersama PT Indana Paint, perusahaan pemilik cat merk *Decofresh*, sekarang permasalahan pada kampung Jodipan sudah dapat diatasi. Keberadaan dan peresmian kampung warna-warni Jodipan ini telah membuat perubahan atau membawa dampak yang cukup positif bagi warga di pemukiman tersebut. Selain memperbaiki kualitas lingkungan, adanya program CSR di kampung Jodipan secara tidak langsung telah mengangkat perekonomian warga dan disertai dengan berkurangnya jumlah pengangguran.

Pengembangan dan pengelolaan kota yang kreatif inovatif dalam kerangka CSR yang berkelanjutan diharapkan dapat mendorong pemerataan pembangunan daerah serta melalui akselerasi pertumbuhan pusat-pusat perekonomian dengan menggali potensi, mutu dan keunggulan daerah.

Beranjak dari uraian diatas maka peneliti ingin menangkap model berkelanjutan (*sustainable*) CSR yang diimplementasikan di kampung warna-warni Jodipan menggunakan studi fenomenologi peneliti akan mengidentifikasi kerangka konseptual fenomena berupa model implementasi CSR yang berkelanjutan pada

kampung warna-warni. Beranjak dari hal tersebut maka judul penelitian ini adalah "studi fenomenologi model implementasi CSR berkelanjutan di kampung warna-warni Jodipan". Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana model implementasi program CSR berkelanjutan di kampung warna-warni Jodipan?" dengan tujuan untuk menganalisis lebih dalam model implementasi program CSR berkelanjutan di kampung warna-warni Jodipan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Management Sustainability and Human Factor

Pengelolaan (management) pada dasarnya memiliki makna yang sangat beragam karena setiap individu mempunyai sudut pandang dan persepsi yang berbeda-beda, dimana beberapa individu meninjau pengelolaan dari segi benda, fungsi, kelembagaan atau organisasi dan sebagai suatu kesatuan, akan tetapi semua itu pada dasarnya memiliki satu tujuan yang sama.

Pengelolaan berkelanjutan (management sustainability) merupakan kemampuan dalam mengelola, mengatur, menjaga dan meningkatkan nilai dari suatu bisnis dengan harapan tetap memberi keuntungan untuk jangka waktu panjang, di masa yang akan datang serta berkesinambungan. Menurut definisi dari Karakoc (2008) manajemen berkelanjutan sebagai manajemen yang berfokus pada nilai berdasarkan visi menciptakan usaha berkelanjutan dalam masyarakat yang berkelanjutan. Sustainability atau keberlanjutan merupakan strategi dan praktik bisnis dalam menciptakan peluang bagi mereka (pebisnis) untuk dapat berdaya lebih kuat dari waktu-kewaktu.

Pengelolaan atau manajemen secara berkelanjutan untuk menciptakan suatu bisnis yang kuat sesuai apa yang telah dicita-citakan tidaklah terjadi dalam waktu yang singkat, akan tetapi memerlukan proses pengelolaan dalam waktu yang cukup panjang dan dilakukan berulang-ulang. Senada dengan Ulus dan Hatipoglu (2016) mengingat bahwa menjadi entitas bisnis yang berkelanjutan tidak terjadi dalam satu hari, organisasi harus melakukan pencapaian keberlanjutan dalam jangka waktu yang panjang.

Sebagai kunci keberhasilan dari suatu bisnis yang memiliki sistem atau manajemen berkelanjutan selain dapat menghantarkan kearah tujuannya disisi lain memberikan banyak sekali manfaat lebih dari apa yang mereka ekspektasikan. Dari hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Bantacut (2012) memberikan kesimpulan bahwa dengan prinsip bisnis berkelanjutan akan memberikan banyak keuntungan jauh melampaui imajinasi manusia.

Limawandoyo & Simanjutak (2013) menyebutkan sumber daya manusia merupakan suatu hal yang penting dalam kegiatan usaha apapun, karena kualitas dari hal tersebut menentukan kinerja dari suatu bisnis. Secanggih apapun teknologi apabila sumber daya manusia kurang mumpuni, maka juga akan mempengaruhi akselerasi tingkat keberhasilan sebuah usaha ataupun bisnis.

Lebih dari itu, dilain sisi sumber daya manusia perlunya suatu pengembangan yang terencana dengan baik agar dapat menciptakan individu-individu yang tangguh dan berkompeten nantinya. Sejalan dengan pendapat Wakerkwa (2016)

yang mengatakan pengembangan sumber daya manusia ditujukan untuk mewujudkan manusia pembangunan berbudi luhur, tangguh cerdas dan terampil, mandiri dan memiliki rasa kesetiakawanan, bekerja keras, produktif, kreatif, inovatif, disiplin dan orientasi ke masa depan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik.

Peran Masyarakat sebagai Penerima CSR

Secara fenomena banyak sekali dijumpai bahwa program CSR sangat kurang diterima dengan baik oleh masyarakat, hal ini dilatar belakangi oleh permasalahan dua pihak antara masyarakat dan perusahaan. Pertama, perusahaan yang kurang selaras dalam menempatkan CSRnya terhadap kebutuhan masyarakat. Widokarti (2014) program-program yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya, dan seringkali perusahaan beranggapan bahwa dirinya merupakan pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sedangkan komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita menderita sehingga membutuhkan bantuan dari perusahaan.

Permasalahan kedua, kurang pahamnya masyarakat dalam memahami program CSR. Masyarakat menganggap CSR hanyalah sekedar bantuan semata dan kurang menyadari manfaatnya, dilain sisi tingkat partisipasi masyarakat sangat rendah terhadap CSR bilamana bersifat empowerment. Bahlian (2017) menjelaskan permasalahan yang datang dari masyarakat, kadangkala masyarakat belum siap diajak mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, dimana masyarakat tidak mau diajak berubah, hanya ingin mendapatkan bantuan saja berupa kucuran dana (filantropi) serta cultur dan terkadang capacity building ketika masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu penerapan pemberdayaan atau pengembangan masyarakat (community development). Ife (1995) dalam Muhdar et al. (2014) salah satu prinsip community development adalah partisipasi. Partisipasi dalam bentuk pemberdayaan dan pengembangan masyarakat harus menciptakan keterlibatan secara aktif bagi semua orang untuk berperanserta dalam pada proses kegiatan tersebut. Dimana hal ini sejalan dengan pendapat Rahmawati dan Sumarti (2011) yang mengungkapkan bahwa partisipasi semua pihak dalam program pengembangan masyarakat, dalam hal ini CSR, sangat menentukan keberhasilan program tersebut, terlebih partisipasi masyarakat sebagai sasaran program.

Corporate Social Responsibility

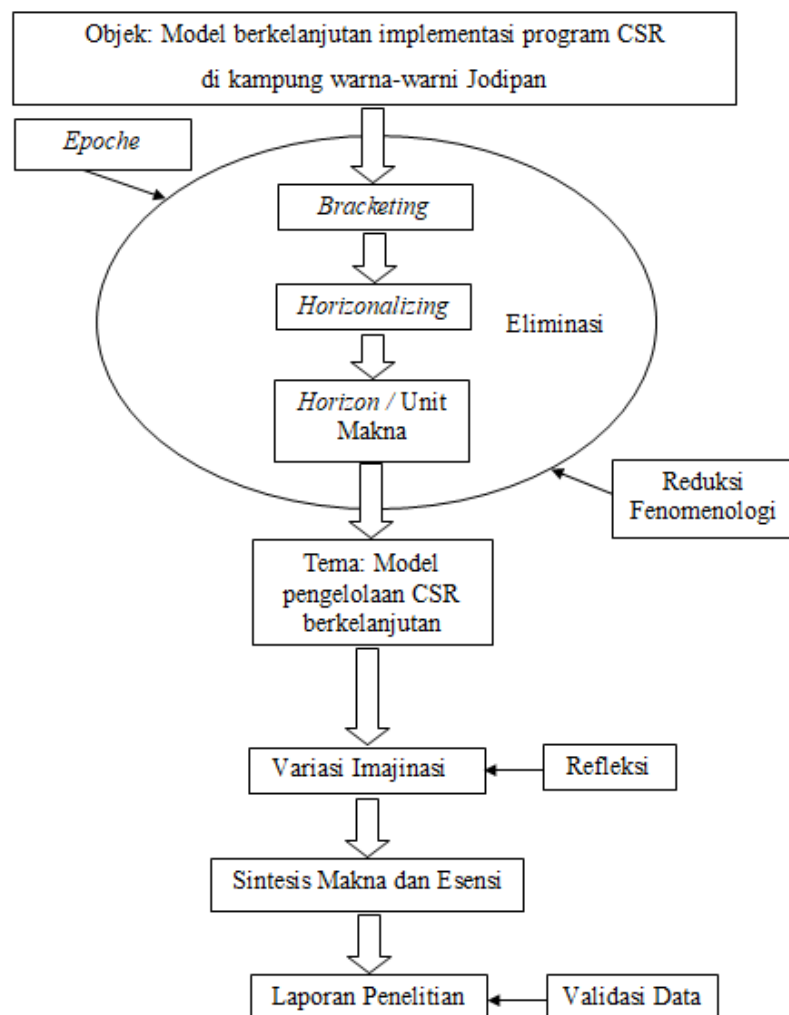
Konsep tanggung jawab sosial perusahaan kini telah bergeser, dimana perusahaan tidak lagi berorientasi terhadap tanggung jawab single bottom line yang pada hakikatnya perusahaan hanya berpijak dalam kondisi finansial saja akan tetapi, dihadapkan pada triple bottom line. Global Reporting Initiative 2006 dalam Jackson et al. (2011) menyebutkan terdapat tiga fokus utama dari triple bottom line (3P) yaitu *people, planet dan profit*.

Konsep pendekatan triple bottom line dipopulerkan oleh John Elkington 1997 dimana yang menjadi sebuah pilar untuk mengukur nilai kesuksesan bagi bisnis dengan memperhatikan bottom line-nya. Rosyidah (2017) mengungkapkan bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang akan memperoleh tiga unsur tersebut yaitu keuntungan, kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

C. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan ingin memberikan hasil penelitian yang mendalam terhadap topik permasalahan penelitian. Mason (2002) mengatakan penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan pemahaman bulat dan kontekstual atas dasar kaya, bernuansa dan data terperinci. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah dengan pendekatan fenomenologi. Hirsch (2015) karakteristik utama dari penelitian fenomenologi adalah deskripsi yang kaya dan terperinci tentang fenomena yang sedang diselidiki. Peneliti memilih metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi transendental.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data dikumpulkan secara langsung melalui observasi, wawancara baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur serta dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat tahap, yaitu epoche, reduksi fenomenologi, variasi imajinasi, serta sintesis makna dan esensi. Proses analisis atau penyusunan data dilakukan agar data dapat ditafsirkan serta ditarik kesimpulan.



Kerangka Analisis Data

Gambar 1. Kerangka Analisis Data

D. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

PT Inti Daya Guna Aneka Warna (Indana) adalah perusahaan yang bergerak pada bidang *painting* dan *coating*, di kota Malang. Program CSR PT Indana banyak diarahkan kepada masjid, panti asuhan, pondok pesantren yang rata-rata berlokasi di Kabupaten Malang, dengan bentuk bantuan berupa cat sekaligus tenaga pengecatannya. Situs dari CSR tersebut beralamatkan di jalan Ir. H. Juanda, kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Implementasi CSR di Jodipan merupakan ide atau gagasan yang dikemukakan oleh Guys pro dalam menyelesaikan praktikum kuliah lapangan dengan menggandeng PT Indana sekaligus membantu memecahkan masalah atas tidak efektifnya program CSR yang selama ini diberikan. Hal tersebut dilakukan dengan mengarahkan CSR kepada pihak atau sasaran yang lebih tepat (membutuhkan) dan dilaksanakan sesuai konsep 3P yang berlaku. Sebagai harapan dengan diberikannya CSR tersebut ke Jodipan selain membawa manfaat atau nilai lebih bagi warga dan perusahaan juga dapat mencegah terjadinya ketidakefektifan pelaksanaan CSR seperti sebelumnya.

Pengelolaan CSR di Jodipan

1) Pengelolaan Fisik CSR

Secara teknisnya model pengelolaan CSR di Jodipan tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu antara perusahaan atau pihak pemberi dan warga sebagai pihak penerima. Namun secara orientasinya dari pengelolaan kedua belah pihak tersebut pada intinya semua mengarah kepada pengelolaan secara fisik atau *maintenance* (perawatan). Kegiatan atau bentuk dari pengelolaan CSR di Jodipan meliputi perawatan cat atau pengecatan ulang, pembaharuan dan inovasi mural atau lukisan, perbaikan sarana dan prasarana, penambahan ataupun mengganti-ganti aksesoris guna memperindah kampung dan lain-lain.

Pada dasarnya pengelolaan CSR dilakukan atas motif dari kedua belah pihak. Kegiatan pengelolaan tersebut dilakukan oleh PT Indana dengan diberikannya kontrak perjanjian kepada kampung Jodipan selama dua tahun dan selalu diperbaharui jika habis masanya. Kegiatan pengelolaan CSR dilakukan rutin dari tahun-ketahun secara berkesinambungan.

2) Pengelolaan pendapatan asli kampung warna-warni Jodipan

Pasca adanya CSR dan setelah diresmikannya kampung Jodipan menjadi destinasi wisata di kota Malang secara tidak langsung membawa pendapat bagi kampung sendiri. Terdapat tiga pos pendapatan di kampung warna-warni Jodipan yaitu parkir, toilet dan tiket masuk. Ketiga pos pendapatan tersebut nantinya akan dialokasikan kembali untuk mendanai kebutuhan kampung dan mensejahterakan masyarakat.

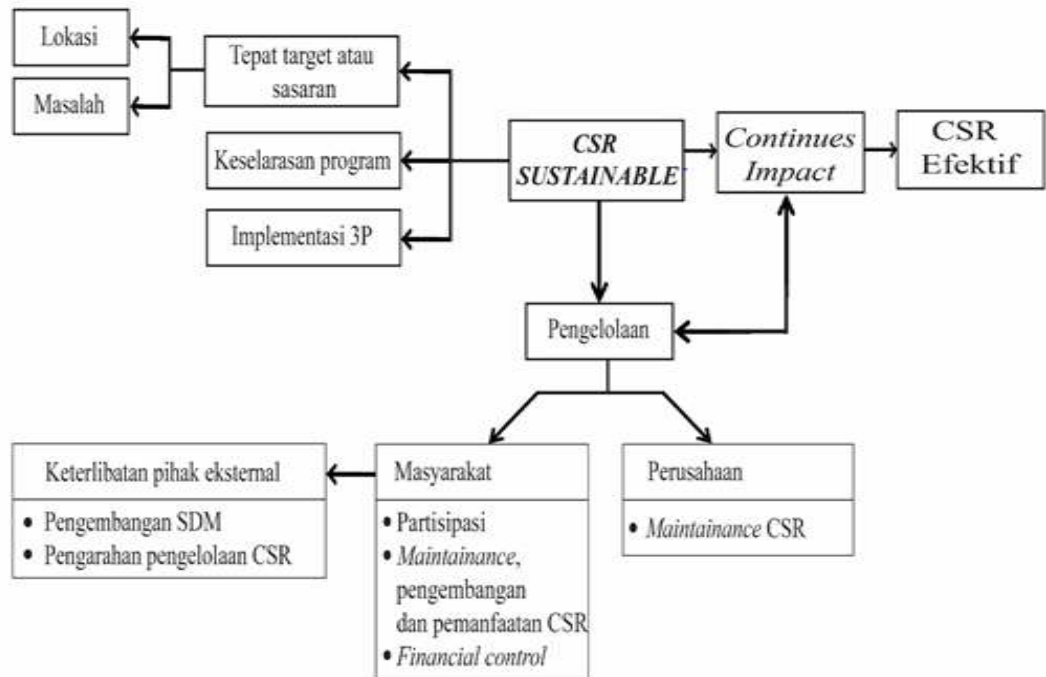
3) Pelaporan dan Pencatatan

Pencatatan keuangan di kampung warna-warni Jodipan dilakukan dengan cara yang sangat sederhana yaitu dengan dokumen fisik. Metode pencatatan dilakukan menggunakan bentuk *double entry bookkeeping* yang berisikan debit dan kredit atau pemasukan serta pengeluaran. Kegiatan pencatatan dilakukan setiap satu sampai dengan tiga bulan sekali. Hasil pencatatan keuangan tersebut akan dilaporkan kepada seluruh pengurus setiap agenda pertemuan atau rapat kampung warna-warni Jodipan.

Pendampingan dari Pihak Eksternal

Pada dasarnya aktivitas pengelolaan CSR di kampung Jodipan selain dilakukan oleh pihak perusahaan dan warga juga mendapatkan pendampingan, pengarahan serta dukungan secara khusus dari pihak eksternal yaitu kampus UMM dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Kegiatan pengarahan meliputi pembenahan sumber daya manusia, pengarahan fisik (perawatan CSR), dan keuangan.

Pembahasan



Model Implementasi CSR Berkelanjutan

Gambar 2. Model Implementasi CSR Berkelanjutan

Studi Kelayakan Target (Lokasi) CSR

Bowen et al. (2009) studi kelayakan digunakan untuk menentukan, menilai dan menguji lebih lanjut relevansi atau kelayakan terhadap suatu ide. Studi kelayakan memiliki peran yang sangatlah penting dan menjadi landasan utama yang kuat dalam implementasi program CSR serta dapat meminimalisir terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Hal ini diperkuat oleh pendapat dari Purba (2018) agar penyaluran dana CSR tersebut tepat sasaran maka perlunya perusahaan melakukan langkah penyeleksian. Proses studi kelayakan dilakukan untuk menelusuri sejauh mana isu-isu atau permasalahan di masyarakat tersebut cocok untuk diberikan program CSR. Ambadar (2008) menjelaskan bahwa proses implementasi program CSR dimulai dengan melihat, menilai serta mengidentifikasi kebutuhan atau permasalahan yang terdapat di masyarakat sekitar kemudian dicarikan solusi yang sesuai.

Berdasarkan data lapangan menunjukkan proses studi kelayakan dilaksanakan bersama pihak atau partner eksternal (public relations) dengan melakukan riset secara online terkait informasi atau berita-berita yang beredar dan diterbitkan oleh

pemerintah melalui pusat data statistik. Disamping itu juga dilaksanakannya survei langsung di masyarakat mencari isu-isu permasalahan yang dialami, riil atau nyata dan sedang berlangsung.

Proses menentukan masalah untuk implementasi program CSR dilakukan dengan menilai seberapa luas (geografis ataupun demografis) yang terkena dan dirugikan, sedalam apa masalah mempengaruhi dimensi kehidupan dan siapa pihak yang bertanggung jawab sepenuhnya atas hal tersebut. Lebih dari itu dilakukan analisis serta proyeksi masalah, untuk masa kedepan akankah menjadi semakin parah dan kompleks dengan dibiarkannya atau justru sebaliknya.

Sinkronisasi Implentasi CSR dengan Permasalahan Masyarakat

Diberikannya program CSR haruslah selaras atau sesuai dengan permasalahan yang dialami oleh masyarakat. Sehingga dalam tahap ini diperlukan langkah berupa sinkronisasi antara program CSR yang diimplementasikan atau diberikan dengan permasalahan masyarakat. Pada hakikatnya tujuan dilakukannya sinkronisasi adalah untuk mencegah dan meminimalisir terjadinya ketidak konsistenan atas implementasi program CSR tersebut. Kao et al. (2014) dalam membuat keputusan, strategi yang tepat serta melaksanakan program secara efektif, bisnis perlu mempertimbangkan jenis masalah sosial yang membutuhkan bantuan.

Penyusunan model program CSR dilakukan oleh pihak public relations yang kemudian diarahkan kepermasalahan pada situs penelitian. Penyesuaian program CSR dilakukan dengan menyesuaikan antara bentuk program yang akan diberikan dengan permasalahan yang dialami oleh masyarakat. Dalam proses penyusunan model program tersebut dilakukan dengan kegiatan sosialisasi serta melibatkan seluruh warga masyarakat bermusyawarah secara bersama. Kegiatan sosialisasi, koordinasi dan musyawarah bersama masyarakat dilaksanakan dengan pendekatan secara informal (masyarakat diberi kebebasan berpendapat secara penuh) untuk mengetahui kebutuhan dan merumuskan program yang tepat sesuai permasalahan mereka. Roza (2014) menjelaskan tahap perencanaan atau perancangan CSR dilakukan oleh perusahaan secara terintegrasi dengan melibatkan pihak-pihak yang memiliki kepentingan untuk menciptakan program yang efektif.

Implementasi CSR Berdasar pada Konsep *Triple Bottom Line*

Secara idealnya perusahaan dituntut untuk melakukan seluruh kegiatan triple bottom line bagi para stakeholders-nya. Menurut Ri'aeni (2016) bahwa kebijakan CSR diarahkan secara berkesinambungan dengan menitikberatkan program pengembangan sosial, lingkungan dan ekonomi. Senada dengan Henderson (2011) manajemen perlu membuat keputusan dalam memprioritaskan elemen triple bottom line dari *planet*, *people* dan *profit*. Dalam konsep tersebut memberikan sebuah isyarat kepada perusahaan untuk memperhatikan 3P dalam operasi bisnisnya.

Sesuai dengan konsep 3P yang meliputi *planet*, *people* dan *profit* implementasi program CSR di situs penelitian diarahkan untuk memenuhi ketiga aspek tersebut, sebagai berikut.

1) *Planet*

Planet merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap bumi. Anatan (2009) yang menyebutkan bahwasannya *planet* adalah bentuk kepedulian terhadap

lingkungan hidup yang dapat dilakukan melalui pelaksanaan program penghijauan lingkungan, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata.

Sejalan dengan aspek *planet*, pelaksanaan program CSR pada situs penelitian adalah dilakukannya perbaikan pemukiman atau lingkungan, tempat dimana masyarakat itu tinggal. Program bantuan CSR tersebut diberikan berupa material sekaligus tenaga pengerjaannya (teknisi). Kegiatan ini dilakukan dengan memperbaiki lingkungan yang pada awalnya terlihat kotor dan kusam menjadi lebih bersih, asri serta indah.

2) *People*

Sopyan (2014) menjelaskan bahwasannya *people* merupakan kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dapat dimanifestasikan melalui program pendidikan atau edukasi, kesehatan dan *capacity building* masyarakat lokal.

Kegiatan aspek *people* pada intinya lebih mengarah dalam pelaksanaan konsep *community development*. Charolinda (2006) pengembangan masyarakat (*community development*) merupakan kegiatan dengan tujuan untuk memperbaiki maupun meningkatkan kualitas masyarakat dari segi sosial, ekonomi serta kehidupan yang lebih baik dari pembangunan sebelumnya, dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu dan berkesinambungan.

Berdasarkan informasi pada situs penelitian aspek *people* sejalan dengan makna pengembangan, pemberdayaan, pengarahan dan edukasi. Aspek ini dilaksanakan dengan diberikannya pengarahan serta bimbingan kepada masyarakat melalui sosialisasi terkait pentingnya menjaga ekosistem atau kelestarian lingkungan sekitar. Tujuan dari aspek ini adalah untuk memperbaiki kualitas pola pikir (*mindset*) serta perilaku masyarakat menjadi lebih baik dari sebelumnya. Kegiatan ini dilaksanakan saat sebelum dan pasca implementasi atau diberikannya program CSR.

3) *Profit*

Perera dan Chaminda (2013) menyebutkan pelaksanaan program CSR memberikan pengaruh secara signifikan terhadap brand perusahaan serta daya beli dari konsumen. Lebih dari itu selain dapat mendongkrak brand dan daya beli produk juga akan membuat perusahaan perusahaan eksis lebih lama. Menurut Putra (2013) berpendapat bahwa implementasi CSR memiliki tujuan yang beragam mulai dari pembangunan kapasitas masyarakat, pembentukan image, hingga sebagai media promosi.

Melalui informasi yang diperoleh menunjukkan, bahwasannya sebagai imbal balik atas implementasi program CSR pada situs penelitian adalah diperolehnya ruang publikasi bagi perusahaan secara gratis. Berdasarkan realitas yang ada selain ditujukan untuk pemberdayaan masyarakat dan konservasi lingkungan tujuan implementasi program CSR juga sebagai langkah untuk strategi promosi bagi perusahaan. Ditambah dengan kondisi geografis pada situs penelitian yang strategis dan mendukung, secara tidak langsung menjadi nilai tambah dan mempermudah perusahaan dalam memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat secara lebih luas.

Konsep Pengelolaan CSR yang Berkelanjutan

Handayati dan Rochayatun (2019) bahwa program CSR berkelanjutan diharapkan dapat menciptakan suatu ekosistem yang menguntungkan bagi semua pihak dan disinerji secara terus menerus. Menurut pendapat Michel dan Buler (2016) CSR

berkelanjutan membantu menciptakan pembentukan modal berkaitan dengan keuangan atau kekayaan, manusia, sumber daya alam dalam jangka panjang. CSR berkelanjutan atau program yang secara kontinyu memberikan manfaat kepada kedua belah pihak, baik penerima maupun pemberi pada dasarnya tidak akan berjalan optimal tanpa adanya serangkaian aktivitas pengelolaan atau manajemen.

Aktivitas pengelolaan atau manajemen pada dasarnya dijalankan dalam waktu yang relatif cukup panjang, dari waktu ke waktu dan secara kontinyu. Starik dan Kanasihro (2013) keberlanjutan merupakan kapasitas untuk bertahan dan beradaptasi terkait dengan sesuatu yang harus dipertahankan. Sehingga dengan prinsip atau pengelolaan berkelanjutan akan membuat bisnis menjadi lebih kuat sekaligus bertahan untuk generasi mendatang.

Praktik pengelolaan program CSR pada situs penelitian telah nampak dilakukan secara kontinyu oleh dua sisi yaitu perusahaan dan masyarakat. Kegiatan pengelolaan tersebut bertujuan agar program senantiasa tetap memberikan manfaat dari masa-kemasa. Pengelolaan CSR dilakukan dengan model kerjasama antara perusahaan dan masyarakat serta saling memberikan keuntungan ataupun menjaga kepentingan dari masing-masing.

Adanya program CSR di jodipan dan diresmikannya kampung sebagai destinasi wisata secara tidak langsung membawa penghasilan atau pendapatan dimana hal tersebut dikelola secara baik untuk berbagai kepentingan kampung seperti biaya pengelolaan CSR dan dipergunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Tidak hanya dikelola saja keuangan tersebut juga dikendalikan dengan baik oleh masyarakat guna meminimalisir terjadinya kecurangan seperti dibuatnya sistem otorisasi, pencatatan dan penyimpanan.

Keterlibatan Pihak Eksternal dalam Mendukung Implementasi CSR *Sustainable*

Aktivitas pengelolaan program CSR secara berkelanjutan pada dasarnya tidak terlepas dari campur tangan pihak eksternal baik dari pemerintah maupun perguruan tinggi. Keterlibatan perguruan tinggi dan pemerintah telah menjadi jembatan keberhasilan implementasi program CSR dimasyarakat. Vveinhardt et al. (2018) dalam memainkan peran sebagai agen pembangunan, perusahaan perlu melibatkan badan pemerintahan terkait implementasi CSR untuk membantu pengembangan masyarakat. Selain itu mengingat bahwa perguruan tinggi atau pendidik juga dapat menjadi pihak dalam perubahan masyarakat dan diperlukan peran sertanya untuk andil pada bagian ini. Bourn (2016) pendidik dipandang sebagai agen perubahan dalam program atau proyek, membawa dampak positif dalam kehidupan individu dan masyarakat secara luas.

Terlibatnya salah satu pihak perguruan tinggi di kota Malang dan pemerintah yaitu dinas pariwisata kota Malang merupakan wujud dukungan yang diberikan kepada masyarakat situs penelitian. Keterlibatan kedua belah pihak tersebut dimulai sejak pasca terselesaikannya implementasi program CSR pada situs penelitian dan setelah diresmikannya menjadi destinasi wisata.

Menurut hasil informasi pada situs penelitian menunjukkan, keterlibatan pihak eksternal (perguruan tinggi dan pemerintah) berupa pengarahan pengelolaan sumber daya manusia, pelatihan-pelatihan wirausaha, ide-ide kreatif terkait pengembangan serta pemanfaatan CSR secara berkesinambungan. dari Enuoh et al. (2011) SDM yang profesional berkontribusi secara signifikan dalam keberhasilan CSR.

Berdasarkan hasil penelitian dari Dutta (2016) menyebutkan bahwa sumber daya manusia berhubungan kuat dengan CSR dan berkontribusi dalam menciptakan keberhasilan jangka panjang.

E. PENUTUP

Program CSR berkelanjutan atau CSR yang secara kontinyu memberikan manfaat dari tahun-ketahun kepada dua belah pihak, yaitu perusahaan dan masyarakat. Model berkelanjutan dapat dibangun melalui implementasi program tepat sasaran atau diberikannya CSR kelokasi yang layak untuk dibantu sesuai permasalahan riil adanya. Berangkat dari realitas yang ada, implementasi program CSR diberikan sebagai bentuk kepedulian perusahaan dan sarana dalam menyelesaikan permasalahan dimasyarakat. Diberikannya program CSR selaras dengan permasalahan yang ada dimasyarakat dan secara langsung dapat menyentuh akar dari permasalahan tersebut. Terlebih perlunya perusahaan dalam implementasi program CSR memperhatikan setiap unsur dari konsep triple bottom line atau 3P (*planet, people, profit*).

Keberlanjutan disini bukan berarti masyarakat terus dimanja oleh pemberian perusahaan, melainkan mereka memainkan perannya secara mandiri dalam memanfaatkan serta mengoptimalkan program CSR. Berkelanjutannya program CSR secara tidak langsung melibatkan serangkaian proses pengelolaan secara terarah, sistematis dan terencana. Lebih dari itu pada dasarnya dalam proses pengelolaan CSR berkesinambungan tersebut juga tidak terlepas dari campur tangan pihak-pihak eksternal yaitu dari perguruan tinggi dan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, Lina. 2009. Corporate Social Responsibility CSR Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*.
- Bahlian, Mhd. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Penanaman Modal Asing. *Jurnal Hukum Samudera Keadilan*, 12(1), 26-43.
- Bantacut, Tajuddin. 2012. Bisnis Berkelanjutan: Integrasi Manajemen Lingkungan dalam Pengelolaan Usaha. *Agrimedia*, 17(1), 33-42.
- Bourn, Douglas. 2016. Teacher as Agents of Social Change. *Researchgate*, 7(3), 63-77.
- Bowen, Debora J, Kreuter, Matthew, Spring, Bonnie, Woerpel, Ludmila Cofta, Linnan, Laura, Weiner, Diane, Bakken, Suzanne, Kaplan, Cecilia Patrick, Linda, Squiers, Fabrizio, Cecilia, Fernandez, Maria. 2009. How We Design Feasibility Studies. *American Journal of Preventive Medicine*, 36 (5), 452-457. DOI:10.1016/j.amepre.2009.02.002
- Carroll Archie B. 2015. Corporate Social Responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks. *Organizational Dynamic*, 44 87-96. DOI:10.1016/j.orgdyn.2015.02.002.
- Charolinda. 2006. Pengembangan konsep community development dalam kerangka pelaksanaan corporate social responsibility. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*. 86-106.
- Dutta, Amit Bijon. 2016. A Review on HR and Corporate Social Responsibility. *International Journal of Engineering and Management Research*. 256-259.

- Handayati, Puji, Rochayatun, Sulis. 2019. Corporate Social Responsibility (CSR) Menyusuri Jalan Meraih Sustainability Industry. Malang: Selaras Media Kreasindo.
- Henderson, Stephen. 2011. The Development of Competitive Advantage Through Sustainable Event Management. *Emerald Insight*, 3(3), 245-257. DOI: 10.1108/17582951111116597.
- Hirsch, Eddles Kartina. 2015. Phenomenology and Educational Research. *International Journal of Advanced Research*, 3(8), 251-260.
- Iyang, Benjamin J, Awa, Hart O, Enuoh, Rebecca O. 2011. CSR HRM Nexus Defining the Role Engagement of Human Resources Professionals. *International Journal of Business and Social Science*, 2(5), 118-126.
- Jackie, Ambadar. 2008. CSR dalam Praktik di Indonesia. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jackson, Amimee, Boswell, Katherine, Davis, Dorothy. 2011. Sustainability and Triple Bottom Line Reporting-What is All About. *International Journal of Bussines, Humanities and Technology*, 1(3), 53-39.
- Kao, Tzu-Yi, Chen, Jason C.H, Wu, Ji-Tsung Ben, Yang, Ming-Hsien. (2014). Poverty Reduction through Empowerment for Sustainable Development a Proactive Strategy of Corporate Social Responsibility. Wiley Online Library. DOI: 10.1002/csr.1365.
- Karakoc, T. Hikmet. 2008. Sustainability Management Based Approach to Global Warming: Cwg Model and Global Warming Factor Score Formula. *Journal of Management Research*, 1(1), 1-18.
- Karakoc, T. Hikmet. 2008. Sustainability Management Based Approach to Global Warming: Cwg Model and Global Warming Factor Score Formula. *Journal of Management Research*, 1(1), 1-18.
- Limawandoyo, Eric Alamzah, Simanjutak, Augustinus. 2013. Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada PT. Aneka Sejahtera Engineering. *Jurnal Manajemen Bisnis Petra*, 1(2).
- Mason, J. 2002. Qualitative research (2nd ed). London: Sage.
- Michel, Nora, Buler, Stephen A. 2016. Maximizing the Benefits of Corporate Social Responsibility how Companies can Derive Benefits from Corporate Social Responsibility. *European Scientific Journal*. 499-506
- Muhdar, Jamaludin, Irwansyah. 2014. Partisipasi Masyarakat dalam Program Corporate Social Responsibility PT. Arutmin Nort Pulau Laut Coal Terminal Kotabaru (Studi tentang Program Koperasi Serba Usaha Madani Kotabaru). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 1(1), 22-28.
- Perera, Chamila Roshani, Chamida, Jayawickrama Withanage Dushan. 2013. Corporate Social Responsibility and Product Evaluation the Moderating Role of Brand Familiarity. Wiley online Library, 20, 245-256. DOI: 10.1002/csr.1297
- Purba, Elvitrianim. 2018. Peran Teknologi Informasi dalam Mengefektifkan Keputusan Pemberian Dana Corporate Social Responsibility. *Edia Informatika Budidarma*, 2(3), 69-75.
- Putra, Yudistira Pratama. 2013. Program CSR sebagai Penerapan Community Re- liation Studi Kasus Living with HIV oleh Salah Satu Bank Internasional yang Memiliki Cabang Pusat di Indonesia. Skripsi diterbitkan, Surabaya: Universitas Airlangga.

- Rahmawati, Sumarti, Titik. 2011. Analisis Tingkat Partisipasi Peserta Program CSR Pemberdayaan Ekonomi PT Arutmin Indonesia. *Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*, 5(3), 325-338.
- Ri'aeni, Ida. 2016. Visi Pembangunan Berkelanjutan Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan di Cirebon. *Univeristas Bakrie Indocomapac*. 777-792.
- Rosyidah, Novita Ainur. 2017. Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line dan Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Equity*, 3(2).
- Roza, Suswita. 2014. Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Mankeu* 3(1), 374-436.
- Sopyan, Yayan. 2014. Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Implementasi Fikih Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat. *Ahkam*, 14(1), 53-62.
- Starik, Mark, Kanashiro, Patricia. 2013. Toward a Theory of Sustainability Management Uncovering and Integrating the Nearly Obvious. *Sage Publication*, 2(1), 7-30. DOI: 10.1177/1086026612474958.
- Vveinhardt, Jolita, Žukauskas, Pranas, Andriukaitienė, Regina. 2018. Corporate Social Responsibility as the Organization's Commitment against Stakeholders. *Intechopen*, 43-62. DOI: 10.5772/intechopen.70625.
- Wakerkwa, Onius. 2016. Peran Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat di Desa Umbanume Kecamatan Pirime Kabupaten Lanny Jaya. *Jurnal Holistik*, 17A, 1-22.